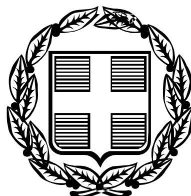

02016402811050012




# ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

## ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

**ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ** **Αρ. Φύλλου 1640**

28 Νοεμβρίου 2005


## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ



## ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθ. 1578 (1)

**Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 135227/22.6.2005 (ΦΕΚ Β' 917/5.7.2005) υπουργικής απόφασης «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 126228/26.2.2004 «Λεπτομέρειες εφαρμογής της υπ' αριθμ. 570/125759/6.2.2004 κοινής υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β' 219/6.2.2004) για την «Εφαρμογή του μέτρου 3.5 «Μείωση της Νιτρορύπανσης Γεωργικής Προέλευσης» του Άξονα 3 «Γεωργοπεριβαλλοντικά Μέτρα» του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης (Ε.Π.Α.Α.) 2000-2006 - Κανονισμός (Ε.Κ) 1257/1999 του Συμβουλίου για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ) - Τμήμα Εγγυήσεων», όπως αυτή τροποποιήθηκε με την υπ' αριθμ. 133780/30.11.2004 (ΦΕΚ Β' 1823/9.12.2004).**

**Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ**
**ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

Έχοντας υπόψη τις διατάξεις:

Α.1 Του άρθρου 22 του ν. 992/1979 «Περί Οργανώσεως των διοικητικών υπηρεσιών δια την εφαρμογή της Συνθήκης Προσχωρήσεως της Ελλάδος εις τας Ευρωπαϊκάς Κοινότητας και ρυθμίσεως συναφών θεσμικών οργανωτικών θεμάτων» (ΦΕΚ Α' 280/1979).

2. Του ν. 998/1979 «Περί προστασίας των δασών και των δασικών εν γένει εκτάσεων» (ΦΕΚ Α' 289/29.12.1979), όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει.

3. Του ν. 1338/1983 άρθρο 1 (παραγρ. 1, 2, 3 και 5) «Εφαρμογή του Κοινοτικού Δικαίου» (ΦΕΚ Α' 34/17.3.1983), όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 6 του ν. 1440/1984 «Συμμετοχή της Ελλάδας στο κεφάλαιο στα αποθεματικά και στις προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Άνθρακος και Χάλυβος και του Οργανισμού Εφοδιασμού ΕΥΡΑΤΟΜ» (ΦΕΚ Α' 70/21.5.1984) και του άρθρου 65 του ν. 1892/1990 (ΦΕΚΑ' 101/31.7.1990).

4. Του άρθρου 90 του «Κώδικα Νομοθεσίας για την Κυβέρνηση και τα κυβερνητικά όργανα» που κυρώθηκε με το άρθρο πρώτο του π.δ. 63/2005 (ΦΕΚ 98Α΄).

5. Του άρθρου 39 παρ. 10 του ν. 2065/1992 «Περί εγκρίσεως οικονομικών ενισχύσεων από τους Υπουργούς Οικονομικών και Γεωργίας» (ΦΕΚ Α' 113/1992).

6. Του ν. 2362/1995 περί «Δημοσίου Λογιστικού Ελέγχου των δαπανών του Κράτους και άλλες διατάξεις»(ΦΕΚ Α'247/27.11.1995).

7. Του άρθρου 28 του ν. 2520/1997 «Μέτρα για τους νέους αγρότες, σύστασης Οργανισμού Γεωργικής Επαγγελματικής Εκπαίδευσης, Κατάρτισης και Απασχόλησης και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α' 173/1997), όπως αυτό αντικαταστάθηκε με το άρθρο 2 παρ. 5 του ν. 2732/1999 (ΦΕΚ Α' 154/1999) και συμπληρώθηκεμε το άρθρο 23 παράγραφοι 24-31 του ν. 2945/2001 (ΦΕΚ Α' 223/2001).

8. Των άρθρων 13-29 του ν. 2637/1998 (ΦΕΚ Α' 200/1998) «Σύσταση Οργανισμού Πληρωμών και Ελέγχου Κοινοτικών Ενισχύσεων Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (Ο.Π.Ε.Κ.Ε.Π.Ε)» όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με το άρθρο 4 του ν. 2732/1999 (ΦΕΚ Α' 154/1999) και το άρθρο 24 του ν. 2945/2001 (ΦΕΚ Α' 223/2001) και το άρθρο 29, παραγ. 1-8 του ν. 3147/2003 (ΦΕΚ Α' 135/ 2003).

9. Του άρθρου 15 του ν. 2892/2001 «Ελαφρύνσεις στη φορολογία κεφαλαίου και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ Α'251/2001).

10. Του ν.δ. 131/1974 «Περί παροχής οικονομικών ενισχύσεων στη γεωργική, δασική, κτηνοτροφική και αλιευτική παραγωγή» (ΦΕΚ Α' 320/1974), όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 4 του ν. 1409/1983 (ΦΕΚ Α'199/1983) και τις διατάξεις του άρθρου 11 του ν. 2512/1997 (ΦΕΚ Α' 138/1997) και του ν. 2538/1997 (ΦΕΚ Α' 242/1997).

11. Το π.δ. 344/2000 «περί άσκησης του επαγγέλματος Γεωτεχνικού» (ΦΕΚ Α' 297/29.12.2000).

12. Της υπ' αριθμ. Υ1/10.3.2004 απόφασης του Πρωθυπουργού «Μεταβολή Τίτλων Υπουργείου και καθορισμόςσειράς Τάξης Υπουργείων» (ΦΕΚ Β' 513/10.3.-2004).

13. Της υπ' αριθμ. Υ 132 «Ανάθεση αρμοδιοτήτων στον Υφυπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων Αλέξανδρο Κοντό» (ΦΕΚ Β' 1533/14.10.2004).

Β.1 Της Οδηγίας(ΕΟΚ) 91/676 «Για την προστασία των νερών από τη νιτρορύπανση γεωργικής προέλευσης».

2. Της Οδηγίας(ΕΟΚ) 92/43/ΕΟΚ του Συμβουλίου «για τη διατήρηση των φυσικών οικοτόπων, καθώς και της άγριας πανίδας και χλωρίδας» όπως έχει εναρμονιστεί με την εθνική νομοθεσία με κοινή υπουργική απόφαση (ΦΕΚ Β' 1289/28.12.1998).

3. Των Κανονισμών:

● υπ' αριθμ. 3508/1992 του Συμβουλίου «για τη θέσπιση Ολοκληρωμένου Συστήματος Διαχείρισης και ελέγχου σχετικά με ορισμένα καθεστώτα κοινοτικών ενισχύσεων», όπως τροποποιήθηκε με τον Καν. (ΕΚ)1036/1999 (L216 και 217) και τον Καν. (ΕΚ)1593/2000.

● υπ' αριθμ. 1257/1999 του Συμβουλίου (L 160/26.6.1999) «για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το ΕΓΤΠΕ», όπως τροποποιήθηκε από τον Καν.(ΕΚ)1783/2003.

● υπ' αριθμ. 1258/1999 του Συμβουλίου (L 160/26.6.1999) «περί χρηματοδότησης της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής».

● υπ' αριθμ. 1260/1999 του Συμβουλίου (L161/26.6.1999) «περί γενικών διατάξεων για τα Διαρθρωτικά Ταμεία».

● υπ' αριθμ. 1685/2000 της Επιτροπής (L193/29.7.2000) «περί λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του Καν. 1260/1999 του Συμβουλίου όσον αφορά την επιλεξιμότητα των δαπανών και ενεργειών που χρηματοδοτούνται από τα διαρθρωτικά ταμεία».

● υπ' αριθμ. 2419/2001 της Επιτροπής (L327/12.12.2001) «για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής τουολοκληρωμένου συστήματος διαχείρισης και ελέγχου για ορισμένα καθεστώτα κοινοτικών ενισχύσεων που θεσπίστηκαν με τον Καν (ΕΟΚ) 3508/1992», όπως αντικαταστάθηκε από τον Καν.(ΕΚ) 796/2004.

● υπ' αριθμ. 817/2004 της Επιτροπής (L153/30.4.2004) «Για τη θέσπιση λεπτομερών κανόνων εφαρμογής του κανονισμού (ΕΚ) 1257/1999 του Συμβουλίου για την στήριξη της Αγροτικής Ανάπτυξης από το Ε.Γ.Τ.Π.Ε.

4. Της απόφασης

● υπ' αριθμ. Ε(2000) 2733/27.9.2000 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Περί εγκρίσεως του ΕγγράφουΠρογραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης για την Ελλάδα περιόδου 2000-2006», όπως τροποποιήθηκε μετην αριθμ. Ε (2003) 3139/22.8.2003 και την Ε(2005) 1690/31.5.2005.

Γ. 1. Της υπ' αριθμ. 16190/1335/1997 κοινής υπουργικής απόφασης «Μέτρα και όροι για την προστασία των νερών από τη νιτρορύπανση γεωργικής προέλευσης» (ΦΕΚ Β' 519/25.6.1997).

2. Της υπ' αριθμ. 19652/1906/1999 κοινής υπουργικής απόφασης «Προσδιορισμός των νερών που υφίστανται νιτρορύπανση γεωργικής προέλευσης - κατάλογος ευπρόσβλητων ζωνών» (ΦΕΚ Β' 1575/5.9.1999), της υπ' αριθμ. 20419/2522/2001 κοινής υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β' 1212/18.9.2001) «Συμπλήρωση της υπ' αριθμ. οικ. 19652/1906/1999 κοινής υπουργικής απόφασης».

3. Της υπ' αριθμ. 394555/2000 (ΦΕΚ Β' 1324/2000) κοινής υπουργικής απόφασης περί «Ανάθεσης αρμοδιοτήτων του ΟΠΕΚΕΠΕ στις Ν.Α. της χώρας».

4. Της υπ' αριθμ. 25638/2905/2001 κοινής υπουργικής απόφασης για την εφαρμογή του Προγράμματος Δράσης της Οδηγίας 91/676 (ΕΟΚ) στο Θεσσαλικό Πεδίο (ΦΕΚ Β' 1422/22.10.2001).

5. Της υπ' αριθμ. 20417/2520/2001 κοινής υπουργικής απόφασης για την εφαρμογή του Προγράμματος Δράσης στη περιοχή του Κωπαϊδικού πεδίου (ΦΕΚ Β΄ 1195/14.9.2001).

6. Της υπ' αριθμ. 20418/2521/2001 κοινής υπουργικής απόφασης για την εφαρμογή του Προγράμματος Δράσης στην περιοχή της Λεκάνης του Πηνειού του Ν. Ηλείας (ΦΕΚ Β' 1197/14.9.2001).

7. Της υπ' αριθμ. 428/339372/661/2.2.2001 (ΦΕΚ Β' 280/19.3.2001) κοινής υπουργικής απόφασης για την «εφαρμογή του Αγροπεριβαλλοντικού Μέτρου του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΠΑΑ) 2000-2006».

8. Της υπ' αριθμ. 42195/19.4.2002 κοινής υπουργικής απόφασης «Μακροπρόθεσμα διοικητικά μέτρα στήριξης της βαμβακοκαλλιέργειας και μείωσης της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης» (ΦΕΚ Β' 547/2.5.2002) όπως τροποποιήθηκε με την υπ' αριθμ. 36220/29.1.2003 κοινής υπουργικής απόφασης «Μέτρα για την καλλιέργεια βάμβακος περιόδου 2003» και όπως τροποποιείταικαι ισχύει κάθε φορά.

9. Της υπ' αριθμ. 523/126710/13.3.2003 (ΦΕΚ Β' 336/20.3.2003) κοινής υπουργικής απόφασης για την «Διαδικασία και τρόπος πληρωμής των Αγροπεριβαλλοντικών μέτρων του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης(ΕΠΑΑ) 2000-2006 - Καν(ΕΚ) 1257/1999», όπως τροποποιείται και ισχύει κάθε φορά.

10. Της υπ' αριθμ. 570/125759/6.2.2004 κοινής υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β' 219/6.2.2004) για την «εφαρμογή του μέτρου 3.5 «Μείωση της Νιτρορύπανσης Γεωργικής Προέλευσης» του Άξονα 3 «Γεωργοπεριβαλλοντικά Μέτρα» του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης 2000-2006 (Ε.ΠΑΑ.) - Κανονισμός (Ε.Κ) 1257/1999 του Συμβουλίου για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ) - Τμήμα Εγγυήσεων.», όπως τροποποιήθηκε με την υπ' αριθμ. 596/133213/10.11.2004 κοινής υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β' 1697/16.11.2004).

11. Της υπ' αριθμ. 568/125347/20.1.2004 κοινής υπουργικής απόφασης περί «Κωδίκων Ορθής Γεωργικής Πρακτικής» (ΦΕΚ Β' 142/29.1.2004).

12. Της υπ' αριθμ. 272080/6.9.2002 (ΦΕΚ Β' 1258/26.9.2002) απόφασης του Υπουργού Γεωργίας περί τροποποίησης της υπ' αριθμ. 371352/16.5.2001 (ΦΕΚ Β' 656/30.5.2001) «Σύσταση - οργάνωση ειδικής υπηρεσίας στο Υπουργείο Γεωργίας με τον τίτλο «Αρχή Διαχείρισης Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης-ΕΠΑΑ» και κατάργησης της υπ' αριθμ. 371351/16.5.2001 απόφασης του Υπουργού Γεωργίας περί «Σύστασης - Οργάνωσης ειδικής υπηρεσίας στο Υπουργείο Γεωργίας με τον τίτλο Αρχή Πληρωμής Εγγράφου Προγραμματισμού - ΕΠΑΑ».

13. Της υπ' αριθμ. 271562/2002 (ΦΕΚ Β' 1042/8.8.2002) απόφασης του Υπουργού Γεωργίας «περί εγκρίσεωςτου ΟΠΕΚΕΠΕ ως Οργανισμού Πληρωμής» από 1.9.2002.

14. Της υπ' αριθμ. 227200/2002 (ΦΕΚ Β' 212/2002) απόφασης του Υπουργού Γεωργίας «περί αρμοδιοτήτων τωνΔιευθύνσεων του Υπουργείου Γεωργίας μετά την κατάργηση της ΔΙΔΑΓΕΠ».

15. Της υπ' αριθμ. 85154/574/14.3.2001 απόφασης του Υπουργού Γεωργίας σχετικά με την εφαρμογή τουπρογράμματος «Μείωση της Νιτρορύπανσης Γεωργικής Προέλευσης στη Θεσσαλία» του Αγροπεριβαλλοντικού Μέτρου του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης (ΕΠΑΑ) 2000-2006, όπως συμπληρώθηκε και τροποποιήθηκε με τις αριθμ. 85687/966/15.3.2002 (ΦΕΚ Β' 369/26.3.2002), 126367/25.2.2003 (ΦΕΚ Β' 269/5.3.2003) και 127208/1.4.2003 (ΦΕΚ Β' 424/10.4.2003) όμοιες αποφάσεις.

16. Της υπ' αριθμ. 126228/26.2.2004 υπουργικής απόφασης για τις «Λεπτομέρειες για την εφαρμογή του μέτρου 3.5 «Μείωση της Νιτρορύπανσης Γεωργικής Προέλευσης» του Άξονα 3 «Γεωργοπεριβαλλοντικά μέτρα» του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης (Ε.Π.Α.Α.) 2000-2006 - Κανονισμός (Ε.Κ) 1257/1999 του Συμβουλίου για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ) - Τμήμα Εγγυήσεων», (ΦΕΚ Β' 429/2.3.2004), όπως αυτή τροποποιήθηκε από την υπ' αριθμ. 133780/30.11.2004 υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β' 1823/9.12.2004).

17. Της υπ' αριθμ. 135227/22.6.2005 υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β' 917/5.7.2005) «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. 126228/26.2.2004 υπουργικής απόφασης «Λεπτομέρειες εφαρμογής της υπ' αριθμ. 570/125759/6.2.2004 κοινής υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β' 219/6.2.2004) για την «Εφαρμογή του μέτρου 3.5 «Μείωση της Νιτρορύπανσης Γεωργικής Προέλευσης» του Άξονα 3 «Γεωργοπεριβαλλοντικά Μέτρα» του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης (Ε.Π.Α.Α.) 2000-2006 - Κανονισμός (Ε.Κ) 1257/1999 του Συμβουλίου για τη , στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΓΤΠΕ) - Τμήμα Εγγυήσεων».

18. Του υπ' αριθμ. 34675/22.12.2003 εγγράφου της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την τροποποίηση της υπ' αριθμ. C(2000) 2733/27.9.2000 απόφασης, το υπ' αριθμ. 712/22.12.2003 έγγραφο της Διαχειριστικής Αρχής του ΕΠΑΑ και το υπ' αριθμ. 47/19.1.2004 έγγραφο της Διαχειριστικής Αρχής για τη γνωστοποίηση της τροποποίησης του ΕΠΑΑ.

19. Της υπ' αριθμ. 36/2004 γνωμοδότησης του Δ' Τμήματος του Νομικού Συμβουλίου του Κράτους, Ειδικό Γραφείο Κοινοτικού Δικαίου στο Υπουργείο Γεωργίας σχετικά με «προβλήματα εφαρμογής του Προγράμματος «Μείωση της Νιτρορύπανσης Γεωργικής Προέλευσης» που περιλαμβάνεται στο εγκριθέν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Ε.Ε) Έγγραφο Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης 2000-2006 (ΕΠΑΑ).»

20. Της υπ' αριθμ. 725/2001 Γνωμοδότησης της Ολομέλειας του Νομικού Συμβουλίου του Κράτους Ειδικό Γραφείο Κοινοτικού Δικαίου στο Υπουργείο Γεωργίας σχετικά με το «αν ο ΟΠΕΚΕΠΕ υποχρεούτε να καταβάλει στο δικαιούχο παραγωγό κοινοτικές ενισχύσεις του ΕΓΤΠΕ - Τμ. Εγγυήσεων, στην περίπτωση που αυτός μεν έπραξε παν ότι ορίζετο από τους ισχύοντες Κανονισμούς για να λάβει την επιδότηση, πλην όμως για λόγους που αφορούν αποκλειστικά το κράτος μέλος, ή τις υπηρεσίες του, ή τις Νομαρχιακής Αυτοδιοικήσεις και χωρίς καμμία απολύτως ευθύνη ή υπαιτιότητα του παραγωγού δεν έγινε ορθή εφαρμογή της κοινοτικής ή εθνικής νομοθεσίας από τις υπηρεσίες των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων, κατά τη διαδικασία της πληρωμής (εκπρόθεσμη υποβολή του φακέλου προς πληρωμή, ελλιπείς έλεγχοι), έστω και αν είναι βεβαία η επιβολή κυρώσεων - καταλογισμών εις βάρος της Ελληνικής Δημοκρατίας, κατά την εκκαθάριση λογαριασμών FEOGA», αποφασίζουμε:

Άρθρο 1
Σκοπός

Με την έκδοση της παρούσας τροποποιείται η παράγραφος 3 του άρθρου 17 της υπ' αριθμόν 126228/26.2.2004 υπουργικής απόφασης «Λεπτομέρειες εφαρμογής της υπ' αριθμόν 570/125759/6.2.2004 κοινής υπουργικής απόφασης (ΦΕΚ Β΄ 219/6.2.2004) για την εφαρμογή του μέτρου 3.5 «Μείωση της Νιτρορύπανσης Γεωργικής Προέλευσης» του Άξονα 3 «Γεωργοπεριβαλλοντικά Μέτρα» του Εγγράφου Προγραμματισμού Αγροτικής Ανάπτυξης (Ε.Π.Α.Α.) 2000-2006 Κανονισμός (Ε.Κ.) 1257/1999 του Συμβουλίου για τη στήριξη της αγροτικής ανάπτυξης από το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (Ε.Γ.Τ.Π.Ε.) - Τμήμα Εγγυήσεων όπως αυτή έχει αντικατασταθεί από το άρθρο 16 της υπουργικής απόφασης υπ' αριθμόν 133780/30.11.2004 (ΦΕΚ Β΄ 1823/9.12.2004) και τροποποιηθεί με το άρθρο 2 της υπουργικής απόφασης υπ' αριθμόν 135227 (ΦΕΚ Β΄ 917/5.7.2005), προκειμένου να ρυθμιστούν ζητήματα πληρωμής, για το πρώτο έτος εφαρμογής, δηλαδή της καλλιεργητικής περιόδου 2003 - 2004, των παραγωγών που εντάχθηκαν με την υπ' αριθμόν 133071/8.11.2004 απόφαση ένταξης.

Άρθρο 2

Στο τέλος της παραγράφου 3 του άρθρου 17 της υπ' αριθμόν 126228/26.2.2004 υπουργικής απόφασης, όπως αυτή ισχύει κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 1 της απόφασης αυτής, προστίθεται νέο εδάφιο ως εξής:

«Κατ' εξαίρεση οι παραγωγοί που εντάχθηκαν με την υπ' αριθμ. 133071/8.11.2004 απόφαση ένταξης και υπέγραψαν σύμβαση το 2004, για το πρώτο έτος εφαρμογής, δηλαδή της καλλιεργητικής περιόδου 2003 - 2004, ενισχύονται, εφόσον έχουν πραγματοποιηθεί όλοι οι απαραίτητοι διοικητικοί, επιτόπιοι και εργαστηριακοί έλεγχοι.»

Άρθρο 3
Τελικές Διατάξεις

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Αθήνα, 27 Οκτωβρίου 2005

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ
**Α. ΚΟΝΤΟΣ**

(2)

Απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού επί της προηγούμενης γνωστοποίησης, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/1977, όπως ισχύει, της απόκτησης από την εταιρεία CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V. ποσοστού 70% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας AGB HOLDING S.p.A.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ
(ΑΠΟΦΑΣΗ[1] ΑΡΙΘΜ. 264/IV/2005)

Συνεδρίασε στην αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου, του κτιρίου των Γραφείων της, την 17 Ιουνίου 2004, ημέρα Πέμπτη και ώρα 10:30 με την εξής σύνθεση:

[1] Από την παρούσα απόφαση έχουν παραλειφθεί, σύμφωνα με το άρθρο 23 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 361/Β΄/4.4.2001), τα στοιχεία εκείνα, τα οποία κρίθηκαν ότι αποτελούν επιχειρηματικό απόρρητο. Στη θέση των στοιχείων που έχουν παραλειφθεί υπάρχει η ένδειξη [...]. Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός [...]).

Πρόεδρος: Σπυρίδων Ζησιμόπουλος
Μέλη:
Νικόλαος Γεράσιμος,
Παναγιώτης Μαντζουράνης,
Αντώνιος Μέγγουλης, κωλυομένου του τακτικού Κωνσταντίνου Ηλιόπουλου,
Λεωνίδας Νικολούζος
Ιωάννης Κατσουλάκος και
Χαρίσιος Ταγαράς.
Γραμματέας: Ηλιάνα Κούτρα, κωλυομένης της τακτικής Αλεξάνδρας - Μαρίας Ταραμπίκου.

Θέμα της Συνεδριάσεως ήταν η από 23.12.2003 προηγούμενη γνωστοποίηση, σύμφωνα με το άρθρο 4β του ν. 703/1977, όπως ισχύει, της απόκτησης από την εταιρεία CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V. ποσοστού 70% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας AGB HOLDING S.p.A.

Στη συνεδρίαση παρέστη η γνωστοποιούσα εταιρεία CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V διά των πληρεξούσιων δικηγόρων της Παναγιώτη Μπερνίτσα και Αυγουστίνας Αλμυρούδη.

Στην αρχή της συζητήσεως τον λόγο έλαβε ο Αναπληρωτής Γενικός Εισηγητής Απόστολος Ντάφλος, Προϊστάμενος του Τμήματος Ελέγχου Συγκεντρώσεων, λόγω δικαιολογημένου κωλύματος της Γενικής Εισηγήτριας Σοφίας Καμπερίδου, ο οποίος ανέπτυξε την γραπτή εισήγηση της Γραμματείας και λαμβανομένων όσων αναφέρονται στο σκεπτικό της εισήγησης πρότεινε: «τη μη απαγόρευση της από 23.12.2003 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης των εταιρειών CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V. και AGB HOLDING S.p.A. δεδομένου ότι δεν αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στη σχετική αγορά που αφορά υπό την προϋπόθεση περιορισμού χρονικής διάρκειας των απαγορευμένων δραστηριοτήτων στα τρία (3) χρόνια (παρ. 6.10 (α) του συμφωνητικού αγοράς)».

Στη συνέχεια, το λόγο έλαβαν οι ανωτέρω πληρεξούσιοι δικηγόροι της γνωστοποιούσας εταιρείας, οι οποίοι ανέπτυξαν τις θέσεις αυτής, απάντησαν σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα Μέλη της Επιτροπής και ζήτησαν την έγκριση της συγκέντρωσης.

Μετά την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας, ο Πρόεδρος της Επιτροπής Ανταγωνισμού έδωσε προθεσμία έως την 24η Ιουνίου 2004, στην ενδιαφερόμενη εταιρεία, για να προσκομίσει το υπόμνημά της.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνήλθε σε διάσκεψη στην αίθουσα συνεδριάσεων του κτιρίου των Γραφείων της την 24η Ιουνίου 2004, ημέρα Πέμπτη και ώρα 12:00 και αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του φακέλου, την εισήγηση της Γραμματείας, τις απόψεις που διατύπωσε προφορικώς η γνωστοποιούσα εταιρεία καθώς και το από 24.6.2004 υπόμνημα αυτής, σκέφθηκε ως εξής:

Ι. Στις 23.12.2003 η εταιρεία «CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V.» (εφεξής CAVENDISH) γνωστοποίησε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού την από 9.12.2003 Σύμβαση Αγοράς Μετοχών που υπεγράφη μεταξύ αφενός των Alberto Colussi, Rolando Stalli και της εταιρείας «INDEX DEVELOPMENT INC.» (πωλητές) που κατέχουν συνολικά 1.400.000 μετοχές (ήτοι ποσοστό 70%) της εταιρείας «AGB HOLDING S.p.A.» (εφεξής AGB HOLDING) και αφετέρου της CAVENDISH (αγοράστρια).

Σημειωτέον ότι η αγοράστρια, CAVENDISH, κατέχει ήδη από το 1998 το 30% του μετοχικού κεφαλαίου της AGB HOLDING και επομένως, μετά τη συγκέντρωση, η συμμετοχή της στην AGB HOLDING θα ανέλθει στο 100%.

ΙΙ. Η εταιρεία CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V. έχει την έδρα της στο Rotterdam της Ολλανδίας, είναι εταιρεία συμμετοχών και ελέγχεται κατά 100% από την εταιρεία WPP Group plc (εφεξής WPP). Η CAVENDISH έχει συμμετοχές σε εταιρείες σε όλο τον κόσμο.

Η WPP είναι διεθνής όμιλος παροχής επικοινωνιακών υπηρεσιών, οι μετοχές της είναι εισηγμένες στα Χρηματιστήρια του Λονδίνου και τη Νέας Υόρκης και δραστηριοποιείται σε 103 χώρες σε όλο τον κόσμο. Παρέχει ευρύ πλαίσιο επικοινωνιακών υπηρεσιών μέσω των εταιρειών του ομίλου της, συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης, της διαχείρισης επενδύσεων σε μέσα ενημέρωσης, της παροχής ενημερωτικών και συμβουλευτικών υπηρεσιών, υπηρεσιών δημοσίων σχέσεων, υπηρεσιών σχετικά με τη διαμόρφωση και προώθηση της εταιρικής ταυτότητας και του σήματος, υπηρεσιών επικοινωνίας σε εταιρείες του φαρμακευτικού κλάδου καθώς και σε άλλες εξειδικευμένες κατηγορίες πελατών καθώς και υπηρεσιών άμεσης προώθησης και μάρκετινγκ. Οι δύο κύριοι τομείς δραστηριότητας της WPP είναι:

i) Αγορά χώρου και χρόνου στα μέσα ενημέρωσης.

Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει τον προγραμματισμό και την αγορά χρόνου ή/και χώρου σε διάφορα μέσα ενημέρωσης (συμπεριλαμβανομένης της ελεύθερης και καλωδιακής τηλεόρασης, του ραδιοφώνου, των εφημερίδων, των περιοδικών, των διαφημιστικών πινάκων και του Διαδικτύου) για πελάτες που κάνουν διαφημιστικές εκστρατείες. Οι εταιρείες, οι οποίες αγοράζουν χρόνο και χώρο στα μέσα ενημέρωσης, συνήθως παρέχουν και υπηρεσίες σχετικές με τον προγραμματισμό ή στρατηγική, περιλαμβανομένης της έρευνας της αγοράς για το προϊόν ή τις υπηρεσίες που θα διαφημιστούν, προκειμένου να καθοριστεί το τμήμα του κοινού που θα αποτελεί το στόχο της διαφήμισης, καθώς και την παροχή συμβουλών σχετικά με τα μέσα ενημέρωσης και τα σημεία όπου η διαφήμιση θα ήταν καταλληλότερη.

ii) Υπηρεσίες μάρκετινγκ.

Ο τομέας αυτός περιλαμβάνει τις υπηρεσίες που παρέχονται από διαφημιστικές εταιρείες, συμπεριλαμβανομένης της παροχής συμβουλών, της ανάπτυξης εκστρατειών μάρκετινγκ και προώθησης του «ονόματος», καθώς και της παραγωγής και του σχεδιασμού διαφημίσεων, της ανάληψης των δημοσίων σχέσεων, της διαχείρισης σχέσεων με καταναλωτές , καθώς και του σχεδιασμού και της προώθησης της εταιρικής ταυτότητας. Οι εν λόγω υπηρεσίες παρέχονται μέσω όλων των μέσων ενημέρωσης.

Η WPP στην Ελλάδα δραστηριοποιείται στις παραπάνω αγορές μέσω των ακόλουθων θυγατρικών: Geo-Young & Rubricam Advertising A.E., Movielab A.E., Publicom, Hill & Knowlton Ε.Π.Ε., Red Cell Europe Advertising A.E., Research International Hellas A.E., The Media Edge A.E., και WCI Advertising A.E.

Η μετοχική συμμετοχή της στις θυγατρικές της και η δραστηριότητά τους στην Ελλάδα έχει ως εξής:

| Εταιρεία | Συμμετοχή της WPP | Κλάδος |
|---|---|---|
| Geo-Young & Rubicam Advertising | 62,0% | Διαφήμιση |
| Movielab A.E. (JWT) | 66,4% | Διαφήμιση |

| | | |
|---|---|---|
| Red Cell Europe Advertising | 66,4% | Διαφήμιση |
| Spot Thompson Advertising A.E. (JWT) | 66,4% | Διαφήμιση |
| Publicom Hill & Knowlton | 66,4% | Δημόσιες σχέσεις |
| WCJ Advertising A.E. (Wunderman Greece) | 60,4% | Απευθείας προώθηση και Μάρκετινγκ |
| Pan Mail Advertising A.E. (Wunderman Greece) | 51,0% | Απευθείας προώθηση και Μάρκετινγκ |
| Research International Hellas | 100,0% | Έρευνα Αγοράς |
| The Mediaedge A.E. | 62,0% | Αγορά χώρου και χρόνου |

Παράλληλα, η WPP έχει μειοψηφική συμμετοχή στις ακόλουθες εταιρείες:

Aspect Advertising A.E. (συμμετοχή της WPP - 12,25%), Bold Advertising A.E. (συμμετοχή της WPP - 25%), Mindshare A.E. (συμμετοχή της WPP - 45,7%), Greek Media Group (συμμετοχή της WPP - 11,78%), TRB Hellas (συμμετοχή της WPP - 44%) και TMP Hellas (συμμετοχή της WPP - 25%).

Σε ότι αφορά τα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα των θυγατρικών εταιρειών της WPP στην Ελλάδα, ο κύκλος εργασιών τους (σε δολάρια) κατά το έτος 2002, είχε ως εξής:

| Εταιρεία | 2002 (σε χιλιάδες) |
|---|---|
| Geo-Young & Rubican Advertising A.E. | 3.836 |
| Από κοινού αναφορά ως «JWT» Movielab A.E. Spot Thomson Advertising A.E. | 10.993 |
| Red Cell Europe Advertising A.E. | 653 |
| Publicom Hill & Knowlton | 735 |
| Απο κοινού αναφορά ως «Wunderman Greece» WCJ Advertising A.E.Pan Mail Advertising A.E. | 1.850 |
| Υποσύνολο Υπηρεσιών Επικοινωνιών Μάρκετινγκ | 18.067 |
| Research International (RI) Hellas | 5.086 |
| The Mediaedge A.E. | 930 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 24.083 $ ή 22.762 ευρώ |

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως οι δύο κύριοι τομείς δραστηριότητας της WPP είναι οι υπηρεσίες μάρκετινγκ και η αγορά χώρου και χρόνου στα μέσα ενημέρωσης.

Ειδικότερα:

1) Υπηρεσίες marketing.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δεχθεί σε προηγούμενες αποφάσεις (σε αριθμό αποφάσεων, συμπεριλαμβανομένων μεταξύ άλλων των WPP/Young & Rubicam, Publicis/Bcom3 και Interpublic/True North) ότι υφίσταται μια ξεχωριστή οικονομική αγορά για «υπηρεσίες μάρκετινγκ» και ότι η εν λόγω αγορά συμπεριλαμβάνει τη διαφήμιση, τις πληροφορίες και την παροχή συμβουλών, τις δημόσιες σχέσεις, την διαχείριση σχέσεων πελατών, την καθιέρωση μάρκας, την ταυτότητα και το σχεδιασμό, και άλλες πλευρές εξειδικευμένων επικοινωνιών.

Εκτός από την Mediaedge (που ασχολείται με την αγορά χώρου και χρόνου στα μέσα) και την RI Hellas (που ασχολείται με δραστηριότητες έρευνας αγοράς), όλες οι παραπάνω θυγατρικές ασχολούνται με υπηρεσίες marketing.

Οι ως άνω υπηρεσίες εμπίπτουν εντός του αυτού πεδίου σχετικής αγοράς, λόγω του ότι όλες εκφράζουν διάφορες μεθόδους μιας επιχείρησης που ασχολείται με την επικοινωνία με μια ομάδα ατόμων, που μπορεί να είναι καταναλωτές/πελάτες, όπως ο Τύπος, η βιομηχανία, άλλες εταιρείες, ο κυβερνητικός μηχανισμός ή άλλα νομοθετικά όργανα. Οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιήσουν παρόμοιες υπηρεσίες είτε για ένα συγκεκριμένο έργο ή ζήτημα, είτε ως τμήμα μιας ευρύτερης στρατηγικής ή εκστρατείας, παρέχοντας οδηγίες σε μεμονωμένες εταιρείες ή σε ένα αριθμό εταιρειών. Παρόμοιες υπηρεσίες παρέχονται δια μέσου όλων των ειδών των μέσων, συμπεριλαμβανομένου του Διαδικτύου. Μια διαφημιστική εταιρεία, μια εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων ή μια εταιρεία άλλης σχετικής δραστηριότητας μπορεί να οριστεί για να συντονίσει τη διαφήμιση που θα δημιουργηθεί στα πλαίσια μιας εκστρατείας.

Η αγορά χαρακτηρίζεται από πολύ χαμηλούς φραγμούς εισόδου. Η είσοδος στους κλάδους της Διαφήμισης και του Άμεσου Μάρκετινγκ είναι σχετικά απλή και απαιτεί μικρό κεφάλαιο ή άλλη επένδυση. Πολλές από τις ηγετικές δημιουργικές διαφημιστικές εταιρείες έχουν ξεκινήσει σχετικά πρόσφατα.

Τα συμβόλαια τείνουν να είναι βραχυπρόθεσμα, ήτοι για την εκτέλεση ενός συγκεκριμένου έργου ή αορίστου χρόνου, τα οποία μπορεί να τερματιστούν με σύντομη προειδοποίηση. Συνεπώς, οι εταιρείες βρίσκονται σε μια πολύ ανασφαλή θέση αναφορικά με τους πελάτες τους, οι οποίοι μπορούν πολύ εύκολα να μεταπηδήσουν σε εναλλακτικές πηγές προσφοράς αν το θελήσουν. Αυτό συνέβη στην εταιρεία Cordiant Communications Group plc το καλοκαίρι του 2003, όταν εξαγοράστηκε από την WPP. Η εταιρεία Cordiant Communications Group plc είναι εταιρεία εισηγμένη στο χρηματιστήριο του Λονδίνου και της Ν.Υόρκης και δραστηριοποιείται σε δύο επιχειρηματικούς τομείς: διαφήμιση και marketing και παροχή εξειδικευμένων επικοινωνιών. Η Cordiant (και κατά συνέπεια η WPP) έχει τις ακόλουθες θυγατρικές στην Ελλάδα:

α) Την εταιρεία Bates Hellas Advertising S.A. στην οποία κατέχει το 100% του μετοχικού της κεφαλαίου. Ο κύκλος εργασιών της Bates Hellas στην Ελλάδα ανήλθε σε 2.598.000 $ για το έτος 2001, σε 2.258.000 $ για το έτος 2002 και 945.000 $ για το έτος 2003. Η εταιρεία βρίσκεται υπό εκκαθάριση.

β) Την εταιρεία Advanced Media Services S.A.. Το 50% του μετοχικού κεφαλαίου που κατείχε η WPP (μέσω της Cordiant) έχει πωληθεί στην εταιρεία Adel Integrated Communications S.A., εταιρεία που ανήκει στον όμιλο εταιρειών Saatchi Group.

γ) Την εταιρεία Scholz & Friends Athens S.P.LL.C η οποία βρίσκεται υπό εκκαθάριση.

Οι πελάτες συχνά υιοθετούν μια στρατηγική πολλαπλών εταιρειών/πελατών διατηρώντας σχέσεις με περισσότερες από μια εταιρείες ανά χώρα, μεταξύ των οποίων μοιράζουν τις δραστηριότητές τους. Όμιλοι όπως η WPP διαχειρίζονται παρόμοιες πολιτικές συγκρούσεων πελατών έχοντας περισσότερες της μιας εταιρείες εντός του ομίλου που λειτουργούν επί μιας πλήρως αυτόνομης βάσης. Εντός του Ομίλου WPP, όλες οι εταιρείες λειτουργούν αυτόνομα και σε ανταγωνισμό μεταξύ τους. Ο Όμιλος εταιρειών WPP συχνά καταθέτει

προσφορές για νέες δουλειές θέτοντας σε ανταγωνισμό τις εταιρείες του ομίλου μεταξύ τους.

2) Αγορά Μέσων (δηλ. χρόνου/χώρου).

Η WPP δραστηριοποιείται επίσης στον τομέα της αγοράς μέσων (γνωστή και ως διαχείριση επενδύσεων μέσων), που έχει θεωρηθεί ως μια ξεχωριστή αγορά από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Συμπεριλαμβάνει σχεδιασμό και αγορά χρόνου και/ή χώρου σε διάφορα μέσα, όπως είναι η τηλεόραση, συμπεριλαμβανομένης της καλωδιακής, ραδιόφωνο, εφημερίδες, περιοδικά, αφίσες και το Διαδίκτυο. Στην Ελλάδα η WPP λειτουργεί μια εταιρεία αγοράς μέσων, την Mediaedge.

Η συνολική δαπάνη των εταιρειών αγοράς χώρου και χρόνου της WPP στην Ελλάδα για την αγορά διαφημιστικού χώρου σε οπτικοακουστικά μέσα (Broadcasting media) κατά τη διάρκεια του έτους 2002 ανήλθε σε 1,638 εκατομ. $. Χωρίς να υπάρχουν στοιχεία αποκλειστικά για την τηλεόραση, εκτιμάται ότι το ποσό ανερχόταν περίπου στο 50% της συνολικής δαπάνης.

Οι εκτιμήσεις της WPP σχετικά με το μερίδιο αγοράς της για τις υπηρεσίες μάρκετινγκ στην Ελλάδα το 2002, ανέρχονται σε 7,9% (βάσει ενός συνολικού μεγέθους της αγοράς ύψους περίπου 228 εκατομ. Δολαρίων ΗΠΑ). Σε αυτό, θα πρέπει να προστεθεί το μερίδιο αγοράς της Cordiant (0,7%), καθώς η WPP αγόρασε την Cordiant το έτος 2003. Συνεπώς, το συνολικό μερίδιο αγοράς στην Ελλάδα των εταιρειών που ανήκουν στη WPP ανήλθε στο 8,6%.

Η WPP υποστηρίζει ότι είναι πολύ δύσκολο να καταγράψει τα μερίδια των ανταγωνιστών της στην αγορά αυτή, δεδομένης της έλλειψης πληροφοριών επί των εσόδων των ανταγωνιστών. Ωστόσο, η εκτίμηση της WPP για το μερίδιο των μεγαλύτερων ανταγωνιστών της στην Ελλάδα το 2002 είναι η ακόλουθη:

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ / ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

| ΜΕΓΕΘΟΣ ΑΓΟΡΑΣ Εκτίμηση (σε εκατομ. $) | OMNICOM GROUP of Inc. (εκατομ. $) (%) | INTERPU BLIC (εκατομ. $) (%) | PUBLICIS Groupe S.A. (εκατομ. $) (%) | MAGNET ADVERTISING (εκατομ.$) (%) | HAVAS (εκατομ. $) (%) |
|---|---|---|---|---|---|
| 227,5 $ | 42,5 $ (18,7%) | 26,9 $ (11,8%) | 34,7 $ (15,25%) | 4,8 $ (2,1%) | 1,9 $ (1%) |

Τα εκτιμώμενα μερίδια αγοράς της WPP και των μεγαλύτερων ανταγωνιστών στην αγορά μέσων χώρου και χρόνου στην Ελλάδα έχουν ως εξής:

ΜΕΡΙΔΙΑ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕΣΩΝ ΧΩΡΟΥ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΥ

| Συνολικό Μέγεθος Αγοράς Τιμολογήσεις (σε εκατομ. $) | WPP | Zenith | Carat | OMD | Mediacom | Initiat. | MPG | Starcom | Univers McCann |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1.161 $<br>947,6 ευρώ | 220<br>18,9% | 85<br>7,3% | 85<br>7,3% | 140<br>12,1% | 15<br>1,3% | 210<br>18,1% | 0<br>- | 85<br>7,3% | 90<br>7,8% |

Σημειώνεται ότι ούτε η CAVENDISH ούτε η WPP παρέχουν άμεσα ή έμμεσα υπηρεσίες τηλεμέτρησης, ούτε αγοράζουν υπηρεσίες τηλεμέτρησης στην Ελλάδα. Επιπλέον, η AGB Holding δεν παρέσχε ποτέ υπηρεσίες τηλεμέτρησης στην WPP, στην Ελλάδα ή σε οποιαδήποτε άλλη χώρα.

Ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών της WPP το 2002, σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία, ανήλθε σε 6.382.000.000 ευρώ. Το 2003, η WPP εξαγόρασε την Cordiant Communications Group plc, της οποίας ο παγκόσμιος κύκλος εργασιών το 2002 ήταν 845.700.000 ευρώ.

Ο κύκλος εργασιών της WPP στην Ελλάδα για το 2002 ανήλθε σε [...] περίπου εκατομμύρια ευρώ.

ΙΙΙ. Η εταιρεία AGB HOLDING S.p.A., με έδρα το Milano της Ιταλίας, δραστηριοποιείται στον τομέα της έρευνας και ανάλυσης τηλεθέασης, μάρκετινγκ και διαφήμισης και παροχής των εν λόγω πληροφοριών για σχεδιασμό διαφημιστικών εκστρατειών. Ειδικότερα, η AGB Holding δραστηριοποιείται στη Μέτρηση Τηλεθέασης (Television Audience Measurement, εφεξής «ΤΑΜ”). Αυτές οι υπηρεσίες ΤΑΜ παρέχονται μέσω της διαχείρισης ηλεκτρονικών οργάνων έρευνας τηλεθέασης και, ειδικότερα, μέσω του ηλεκτρονικού συστήματος «people meters».

Η AGB Holding είναι πλήρως καθετοποιημένος προμηθευτής υπηρεσιών ΤΑΜ και έχει εμπειρία στους τομείς του καθορισμού δειγμάτων νοικοκυριού, κατασκευής μηχανικού εξοπλισμού και παραγωγής και εφαρμογής λογισμικού. Οι υπηρεσίες ΤΑΜ είναι σχεδιασμένες για τη συγκέντρωση πληροφοριών τηλεθέασης που χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό των ποσοστών και άλλων πληροφοριών τηλεθέασης.

Το σύστημα ΤΑΜ εφαρμόζεται σε κάθε χώρα εγκαθιστώντας ένα μετρητή σε επιλεγμένα νοικοκυριά ή δείγματα νοικοκυριών. Τα δείγματα νοικοκυριών επιλέγονται μετά από έρευνα βάσης. Η έρευνα βάσης εφοδιάζει τον παρέχοντα ΤΑΜ τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά του τοπικού πληθυσμού, στοιχεία για τον τηλεοπτικό εξοπλισμό που χρησιμοποιείται και πληροφορίες για το τοπικό τηλεοπτικό περιβάλλον. Από τα πιθανά νοικοκυριά του δείγματος, που εντοπίζονται μετά την έρευνα βάσης, επιλέγεται το δείγμα. Μόλις ένα νοικοκυριό συμφωνεί να συμμετέχει στην έρευνα, εγκαθίσταται ένας μετρητής τηλεθέασης με σκοπό τη μέτρηση των τηλεοπτικών προτιμήσεων κάθε νοικοκυριού.

Η AGB Holding παρέχει υπηρεσίες ΤΑΜ σε 18 χώρες: Δομινικανή Δημοκρατία, Μεξικό, Βενεζουέλα, Κροατία, Κύπρο, Ελλάδα, Ουγγαρία, Ιταλία, Λίβανο, Πολωνία, Ρουμανία, Σερβία, Σλοβενία, Τουρκία, Ουκρανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία και Φιλιππίνες.

Θυγατρική της AGB Holding στην Ελλάδα είναι η AGB Hellas A.E. (εφεξής AGB Hellas'). Η AGB Hellas: α) διεξάγει, κατ' αποκλειστικότητα, μετρήσεις τηλεθέασης με τη μέθοδο της εγκατάστασης μετρητών σε επιλεγμένα νοικοκυριά της Ελλάδας, β) παρέχει, κατ' αποκλειστικότητα, προς τις διαφημιστικές εταιρείες τα κατάλληλα εργαλεία (λογισμικό και raw data) βάσει των οποίων γίνεται εν συνεχεία η κατανομή της διαφημιστικής δαπάνης προς τα Μέσα από τους διαφημιστές και τους διαφημιζόμενους.

Το 2003, ο Όμιλος AGB, μέσω της θυγατρικής του TAM Holding B.V., εξαγόρασε περαιτέρω συμμετοχή 50% στην AGB Hellas από την Delta Singular A.B.E. και σήμερα κατέχει ποσοστό 77% του μετοχικού κεφαλαίου της AGB Hellas, ασκώντας αποκλειστικό έλεγχο επί της εταιρείας. Οι υπόλοιποι μέτοχοι της AGB Hellas είναι οι Σταύρος Λεούσης (18%) και Ιωάννης Αναστασάκος (5%). Η μεταβίβαση των μετοχών έλαβε χώρα το έτος 2003, μετά από σχετική έγκριση της Επιτροπής Ανταγωνισμού (απόφαση αριθμ. 235/ΙΙΙ/2003).

Σύμφωνα με τα προσκομισθέντα στοιχεία η AGB Hellas συμμετέχει στις ακόλουθες εταιρείες:

1. Στην εταιρεία Media Services A.B.E.E., στην οποία κατέχει 30% του μετοχικού κεφαλαίου. Οι λοιποί μέτοχοι είναι η εταιρεία Golden Symbol Investments Ε.Π.Ε. με 51,01%, ο Μαρίνος Λιάκος με 11,50%, ο Κυριάκος Ανδρέου με 2,88%, ο Μάριος Ανδρέου με 2,37% και ο Κωνσταντίνος Ξουρής με 2,24%. Η Media Services A.B.E.E. έχει ως αντικείμενο εργασιών την έρευνα-μέτρηση διαφημιστικής δαπάνης. Οι υπηρεσίες της αφορούν την τηλεόραση, το ραδιόφωνο, καθώς και τα έντυπα μέσα ενημέρωσης.

Το αντικείμενο των υπηρεσιών της Media Services S.A. είναι ένας λεπτομερής κατάλογος του καθημερινού προγράμματος της τηλεόρασης, δηλαδή καταγράφει την ακριβή ώρα και διάρκεια των διαφημίσεων και των προγραμμάτων που προβάλλονται καθημερινά στην τηλεόραση. Η εταιρεία δεν έχει αποκλειστικό συμβόλαιο με την AGB Hellas S.A. και κατά δήλωση των μερών, μπορεί να παρέχει τις υπηρεσίες της σε οποιοδήποτε φορέα στην αγορά.

2. Στην εταιρεία Οργανωτική Α.Ε., στην οποία κατέχει 80% του μετοχικού κεφαλαίου, ενώ η Παρασκευή Μόσχου κατέχει το υπόλοιπο 20%. Η Οργανωτική Α.Ε. δραστηριοποιείται στην Ελλάδα και την Κύπρο, παράγει εξειδικευμένο software για τη διαχείριση των στοιχείων της AGB και απευθύνεται σε διαφημιστικές εταιρείες.

Συγκεκριμένα το software αυτό χρησιμοποιείται από τις διαφημιστικές εταιρείες, για την αξιολόγηση των διαφημιστικών πλάνων βάσει των συστημάτων της AGB και της Media Services A.B.E.E., τη σύνδεση των εντολών αγοράς χρόνου με τα λογισμικά των λογιστηρίων των διαφημιστικών εταιρειών και την παρακολούθηση της έκδοσης τιμολογίων. Επίσης παράγει άλλο ένα software για την παρακολούθηση του δημιουργικού υλικού των διαφημιστικών εταιρειών και τη σύνδεσή τους πάλι με τα software του λογιστηρίου. Στην ίδια σχετική αγορά με την Οργανωτική Α.Ε. δραστηριοποιούνται και οι εταιρείες IQ και Solution.

3. Στην εταιρεία AGB Cyprus, Λευκωσία Κύπρος, στην οποία κατέχει 60%. Η AGB Cyprus παρέχει υπηρεσίες μέτρησης τηλεθέασης στην Κύπρο.

4. Στην εταιρεία AGB Data Research, Βουκουρέστι Ρουμανία, στην οποία κατέχει 95,96%. Η εταιρεία αυτή βρίσκεται υπό εκκαθάριση.

5. Στην εταιρεία AGB Bulgaria, Σόφια Βουλγαρία, η οποία είναι υπό ίδρυση και στην οποία θα κατέχει 100% του μετοχικού κεφαλαίου.

Οι μεγαλύτεροι πελάτες της AGB Hellas και τα έσοδα (σε ευρώ) που πραγματοποίησε από κάθε έναν από αυτούς χωριστά την τελευταία τριετία είναι οι ακόλουθοι:

| | 2001 | 2002 | 2003 |
|---|---|---|---|
| ΕΡΤ Α.Ε | 319.307,40 | 319.307,40 | 335.272,80 |
| | 9,5% | 9,4% | 9,1% |
| MEGA | 308.425,53 | 308.425,00 | 300.715,15 |
| | 9,1% | 9,0% | 8,2% |
| ALPHA | 281.872,34 | 287.215,02 | 305.140,92 |
| | 8,3% | 8,4% | 8,3% |
| UNIVERSAL | 161.736,15 | 161.736,12 | 169.807,44 |
| | 4,8% | 4,7% | 4,6% |
| STARLINK | 106.696,37 | 170.337,96 | 182.941,96 |
| | 3,2% | 5,0% | 5,0% |
| MINDSHARE | 136.916,77 | 136.145,68 | 160.258,80 |
| | 4,1% | 3,9% | 4,4% |
| TEMPO | 145.066,61 | 131.389,83 | 136.488,00 |
| | 4,3% | 3,8% | 3,7% |
| CCMS/INITIATIVE | 165.352,88 | 190.422,60 | 189.000,00 |
| | 4,9% | 5,6% | 5,1% |

Οι εταιρείες ΕΡΤ, MEGA και ALPHA είναι τηλεοπτικοί σταθμοί.

Οι εταιρείες UNIVERSAL, STARLINK, MINDSHARE, TEMPO και CCMS/INITIATIVE είναι διαφημιστικές εταιρείες και εταιρείες αγοράς χώρου και χρόνου στα μέσα ενημέρωσης.

Η AGB Hellas παρέχει λογισμικό στους πελάτες της το οποίο είναι αναγκαίο για την επεξεργασία των στοιχείων που παραδίδει σε αυτούς. Η παροχή του λογισμικού μπορεί να είναι μέρος της σύμβασης που συνάπτει η AGB Hellas με τους πελάτες της και παράγεται και υποστηρίζεται από την AGB Soft.

Οι πελάτες της AGB Hellas μπορούν να χρησιμοποιούν το δικό τους λογισμικό. Σε αυτή την περίπτωση η AGB Hellas τους προμηθεύει με ειδικό μετατροπέα (converter) προκειμένου για την διευκόλυνση της επεξεργασίας των δεδομένων. Στην πράξη η AGB Hellas δεν λαμβάνει θέση όσον αφορά την επιλογή του λογισμικού που θα χρησιμοποιούν οι πελάτες της.

Τα στοιχεία που παρέχει η AGB Hellas στις διαφημιστικές εταιρείες αντιπροσωπεύουν το 0,4%-1% των συνολικών διαφημιστικών δαπανών που πραγματοποιούν οι διαφημιστικές εταιρείες. Σύμφωνα με όσα υποστηρίζει η AGB Hellas, η τιμή του λογισμικού είναι χαμηλή και επομένως δεν υπάρχουν επιπτώσεις στο εισόδημα ή στα έξοδα των διαφημιστικών εταιρειών.

Κατά δήλωση της γνωστοποιούσας τα ενοποιημένα έσοδα του Ομίλου AGB για το έτος 2002 ανήλθαν σε 64.587.000 ευρώ.

Ο συνολικός κύκλος εργασιών της AGB Hellas στην Ελλάδα ανήλθε σε [...] ευρώ για το 2000, [...] ευρώ για το 2001, [...] ευρώ για το 2002 και [...] για το 2003.

Ο κύκλος εργασιών της Media Services S.A. για το έτος 2001 στην ελληνική αγορά ανήλθε σε [...] ευρώ, [...] ευρώ για το 2002 και [...] ευρώ για το 2003.

Ο κύκλος εργασιών της Οργανωτική Α.Ε. στην ελληνική αγορά ανήλθε το έτος 2001 σε [...] ευρώ, το έτος 2002 σε [...] ευρώ και σε [...]ευρώ για το έτος 2003.

IV. Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους λόγω των χαρακτηριστικών τους, της τιμής τους και της σκοπούμενης χρήσης τους.

Σύμφωνα με τη γνωστοποιούσα εταιρεία, σχετική αγορά αποτελεί η αγορά μέτρησης τηλεθέασης στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία AGB Hellas.

Κατά την κρίση της Επιτροπής, σχετικές αγορές στην υπό κρίση υπόθεση αποτελούν τόσο η αγορά TAM (Television Audience Measurement) στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία AGB Hellas όσο και η αγορά λογισμικού στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρεία ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ Α.Ε., θυγατρική της AGB Hellas (Αποφ. ΕΑ 235/ΙΙΙ/2003).

Επηρεαζόμενες αγορές στην υπό κρίση υπόθεση αποτελούν οι αγορές: α) μέσων (χρόνου/χώρου), στην οποία δραστηριοποιείται μία εκ των θυγατρικών εταιρειών της WPP, η εταιρεία «The Mediaedge A.E.» και β) διαφήμισης, στην οποία δραστηριοποιούνται ορισμένες θυγατρικές της WPP. Οι εν λόγω εταιρείες αποτελούν χρήστες πραγματικούς ή δυνητικούς των υπηρεσιών της εξαγοραζόμενης.

Α) Η αγορά μέτρησης τηλεθέασης

(i) Λειτουργία της αγοράς

Η Μέτρηση Τηλεθέασης περιλαμβάνει την αξιολόγηση του εθνικού τηλεοπτικού κοινού, σε συνεχή βάση. Τα στοιχεία που προκύπτουν (ήτοι, το ποσοστό μιας δεδομένης πληθυσμιακής ομάδας, που παρακολουθεί ένα τηλεοπτικό κανάλι κατά τη διάρκεια ενός συγκεκριμένου χρονικού διαστήματος, οι αποκαλούμενες «μετρήσεις», καθώς και άλλα στοιχεία που προκύπτουν σχετικά με τη συμπεριφορά των τηλεθεατών) χρησιμοποιούνται - κατά κύριο λόγο - από τους παραγωγούς προγραμμάτων, τους υπεύθυνους (τηλεοπτικών) εκπομπών (broadcasters), τους εκδότες, τους προγραμματιστές μέσων μαζικής ενημέρωσης, τους αγοραστές τηλεοπτικού χρόνου, καθώς επίσης και από τρίτους, με σκοπό να καθοριστεί ο πλέον αποτελεσματικός τρόπος προσέγγισης των καταναλωτών και των τηλεθεατών. Η συλλογή των στοιχείων γίνεται από ένα αντιπροσωπευτικό σύνολο νοικοκυριών (panels), τα οποία έχουν συμφωνήσει να καταγράφεται η χρήση της τηλεόρασής τους μέσω μιας ειδικής συσκευής, τον «μετρητή τηλεθέασης» (people meter) ή μέσω της χρήσης άλλων τεχνικών ελέγχου, όπως η συμπλήρωση ημερήσιων δελτίων από τα ίδια τα νοικοκυριά ή η τηλεφωνική κλήση κάθε δεύτερη ημέρα (day-after recall). Τα στοιχεία, τα οποία λαμβάνονται από το σύνολο των νοικοκυριών/panel, προβάλλονται στατιστικά, με σκοπό να αντιπροσωπεύσουν τη συμπεριφορά τηλεθέασης ενός ευρύτερου εθνικού πληθυσμού.

Αυτοί που ενδιαφέρονται για τα στοιχεία της Μέτρησης Τηλεθέασης (ήτοι οι παραγωγοί προγραμμάτων, οι υπεύθυνοι τηλεοπτικών εκπομπών, οι εκδότες, οι προγραμματιστές μέσων μαζικής ενημέρωσης, οι αγοραστές τηλεοπτικού χρόνου, καθώς επίσης και τρίτοι που κινούνται στον χώρο της αγοράς ή πώλησης τηλεοπτικού χρόνου για τη μετάδοση εμπορικών ανακοινώσεων στα δημόσια μέσα μαζικής ενημέρωσης, για την αξιολόγηση του τηλεοπτικού κοινού των προγραμμάτων και / ή για την προώθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων) απαιτούν τυπικά μια κοινή και αξιόπιστη πηγή μετρήσεων του τηλεοπτικού κοινού. Έχοντας υπόψη τις τηλεοπτικές μετρήσεις, οι οποίες βασίζονται σε στοιχεία από ένα μοναδικό panel Μέτρησης Τηλεθέασης, οι αποδέκτες αυτών των μετρήσεων αξιολογούν τον τηλεοπτικό χρόνο και τις εναλλακτικές προοπτικές, οι οποίες προτείνονται από τους υπεύθυνους των εκπομπών, με σκοπό την επίτευξη των διαφημιστικών τους στόχων, ενώ οι υπεύθυνοι τηλεοπτικών εκπομπών αξιολογούν τη δημοτικότητα των προγραμμάτων ή των καναλιών και, κατ' αυτόν τον τρόπο, καθορίζουν τον προγραμματισμό, καθώς επίσης και την χρέωση προς έναν διαφημιστή για τις διαφημίσεις, οι οποίες μεταδίδονται κατά τη διάρκεια ενός τηλεοπτικού προγράμματος ή σε ένα συγκεκριμένο κανάλι.

Όπου υπάρχει μια μόνο υπηρεσία Μέτρησης Τηλεθέασης για μια συγκεκριμένη αγορά ή γεωγραφική περιοχή (τυπικά εθνική ή περιφερειακή), αυτή συχνά αναφέρεται ως «το νόμισμα», εφόσον αυτή θα αντιπροσωπεύει από κοινού τις συμφωνηθείσες μονάδες λογιστικής χρέωσης στις πωλήσεις τηλεοπτικού χρόνου μεταξύ των τηλεοπτικών σταθμών και των διαφημιστικών εταιρειών, καθώς επίσης και μεταξύ της τηλεοπτικής διαχείρισης και του προσωπικού τηλεοπτικού προγραμματισμού, όσον αφορά την απόδοση των τηλεοπτικών προγραμμάτων.

Δεδομένης της προτίμησης που υπάρχει στην αγορά για μια κοινή πηγή μετρήσεων, τυπικά υπάρχει μόνο μια εταιρεία παροχής στοιχείων Μέτρησης Τηλεθέασης. Αυτό ισχύει σε όλες τις χώρες εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) και του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (Ε.Ο.Χ.). Όπως αναφέρεται ανωτέρω, η αξία των στοιχείων Μέτρησης Τηλεθέασης έγκειται στο γεγονός ότι αυτή αποτελεί ένα κοινό νόμισμα για το σύνολο του τηλεοπτικού και διαφημιστικού κλάδου.

Οι παροχείς υπηρεσιών Μέτρησης Τηλεθέασης, που δραστηριοποιούνται σε κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι οι ακόλουθοι:

| | Κράτη ΕΕ | Παροχέας Υπηρεσιών |
|---|---|---|
| 1 | Αυστρία | Fessel GfK |
| 2 | Βέλγιο | N.V.Audimetrie S.A. (GfK) |
| 3 | Δανία | TNS Gallup |
| 4 | Φινλανδία | Finnpanel (TNS/AC Nielsen) |
| 5 | Γαλλία | Mediametrie/Mediamat |
| 6 | Γερμανία | GfK - Fernsehforschung |
| 7 | Ελλάδα | AGB Hellas |
| 8 | Ιρλανδία | Nielsen Media Research |
| 9 | Ιταλία | Auditel-AGB Italia |
| 10 | Ολλανδία | SKO |
| 11 | Πορτογαλία | Marktest Audimetria (TNS) |
| 12 | Ισπανία | TNS |
| 13 | Σουηδία | MMS Mediamatning |
| 14 | Ην.Βασίλειο | ATR (AGB) |

(ii) Ρύθμιση της αγοράς

Η «Ελεγκτική Εταιρεία Ερευνών Μετρήσεων Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης» (ο φορέας στην Ελλάδα λειτουργεί ως «Joint Industry Committee, JIC") είναι μια αστική, μη κερδοσκοπική εταιρεία που έχει ιδρυθεί και λειτουργεί στην Ελλάδα από το 1999. Μέλη της είναι η Ένωση των Διαφημιστικών Φορέων (τρία μέλη), η Ένωση Διαφημιστών (τρία μέλη) και η Ένωση Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ) (τρία μέλη).

Σκοπός της εταιρείας είναι να επιλαμβάνεται του εκουσίου ελέγχου της έρευνας τηλεθέασης ή και άλλων ερευνών που αφορούν άλλα μέσα μαζικής επικοινωνίας σύμφωνα με τις γενικές αρχές της έρευνας αγοράς, τους κώδικες δεοντολογίας της ESOMAR και του ΣΕΔΕΑ και τον νόμο, λαμβάνοντας υπόψη κατά περίπτωση, εφόσον είναι κρίσιμο στοιχείο και την τυχόν υπάρχουσα σύμβαση μεταξύ εταιρείας έρευνας και μέσου.

Τα μέλη της JIC είναι στην πραγματικότητα οι ρυθμιστικοί παράγοντες στην αγορά. Αυτοί οι φορείς είναι οι χρήστες των υπηρεσιών Μέτρησης Τηλεθέασης και έχουν ένα πραγματικό ενδιαφέρον για τη λήψη ακριβών και σωστών στοιχείων. Γι' αυτό το λόγο, η JIC θέτει τις προδιαγραφές και ελέγχει το σύστημα για την παροχή των υπηρεσιών Μέτρησης Τηλεθέασης, καθώς επίσης και για την ακρίβεια των στοιχείων που παρέχονται στα μέλη της.

Η JIC έχει συνήθως τα πνευματικά δικαιώματα των παρεχομένων πληροφοριών και εν συνεχεία πωλεί τα δεδομένα στους πελάτες της η ίδια ή δίνει άδεια στον προμηθευτή ΤΑΜ να πωλήσει τα δεδομένα ΤΑΜ για λογαριασμό της. Εάν η JIC είναι το επιλεγμένο σύστημα ΤΑΜ, οι συμβάσεις ανατίθενται μετά από μία διαδικασία διαγωνισμού και συνάπτονται γενικά για μία περίοδο πέντε (5) ετών.

Η Ελλάδα λειτουργεί μέσω του συστήματος JIC. Η AGB Hellas, σε συνεργασία με την JIC, παρέχει καθημερινώς σε όλους τους πελάτες της υπηρεσία ενιαία και ομοιόμορφη, η οποία είναι στην πραγματικότητα η βάση δεδομένων της Μέτρησης Τηλεθέασης. Αυτό ορίζεται με σαφήνεια στα συμβόλαια τα οποία συνάπτει η AGB Hellas με κάθε πελάτη ατομικά, τα οποία επίσης περιέχουν ομοιόμορφους όρους, εγκεκριμένους από την JIC, ώστε να μην υπάρχει δυνατότητα διακριτικής μεταχείρισης.

Τα προαναφερόμενα συμβόλαια αναφέρουν ρητά ότι τα μέρη (η AGB Hellas και ο Πελάτης) αναγνωρίζουν την εξουσία της JIC να θέτει τις προδιαγραφές, να ελέγχει και να ρυθμίζει τη Μέτρηση Τηλεθέασης.

iii) Η λειτουργία της JIC

Η JIC έχει ιδρύσει μια Επιτροπή (άρθρα 14 και 15 του Καταστατικού της «Ελεγκτικής Εταιρείας Ερευνών Μετρήσεων Μέσων Μαζικής Ενημερώσεως"), το αντικείμενο της οποίας είναι (α) ο καθορισμός των προδιαγραφών για την πραγματοποίηση της έρευνας αγοράς και (β) η εποπτεία της υλοποίησης της έρευνας αγοράς στην πράξη. Η Επιτροπή έχει ιδρυθεί μόνο σε σχέση με τη Μέτρηση Τηλεθέασης και ονομάζεται Ελεγκτική Επιτροπή Έρευνας Τηλεθέασης (ΕΕΕΤ). Για κάθε μέσο μαζικής ενημέρωσης λειτουργεί μια διαφορετική Επιτροπή.

Τα μέλη της ΕΕΕΤ είναι τα ακόλουθα: (α) τρεις εκπρόσωποι της Ένωσης Διαφημιστικών Εταιρειών, (β) τρεις εκπρόσωποι της Ένωσης Διαφημιστών, (γ) τρεις εκπρόσωποι της Ένωσης Εταιρειών Έρευνας Αγοράς, (δ) ένας εκπρόσωπος από ένα κανάλι της δημόσιας τηλεόρασης, (ε) ένας εκπρόσωπος από κάθε ιδιωτικό τηλεοπτικό κανάλι που έχει ένα μερίδιο τηλεοπτικού κοινού, το οποίο υπερβαίνει το 10% κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους και (στ) ένας εκπρόσωπος από όλα τα υπόλοιπα τηλεοπτικά κανάλια, τα οποία ορίζουν ένα κοινό εκπρόσωπο εντός χρονικού διαστήματος δέκα (10) ημερών, από την ημέρα αποστολής γνωστοποίησης από την ΕΕΕΤ.

Η διάρκεια της θητείας των μελών της ΕΕΕΤ καθορίζεται σε ένα (1) έτος, με δικαίωμα ανανέωσης για ένα περαιτέρω έτος (άρθρο 16.4 του Καταστατικού).

Σύμφωνα με το άρθρο 20 του Καταστατικού, το δικαίωμα υποβολής αίτησης για έλεγχο ανήκει σε οποιοδήποτε πρόσωπο, το οποίο - είτε ατομικά είτε μέσω της Ένωσής του - έχει αποδεχθεί και έχει αναγνωρίσει το δικαίωμα της JIC να προχωρήσει σε έρευνες και επίσης έχει δεσμευτεί να αναγνωρίσει το αποτέλεσμα των ανωτέρω ελέγχων. Με άλλα λόγια, οι παίκτες στην υπό εξέταση αγορά έχουν αναγνωρίσει την αρμοδιότητα της JIC (αρμοδιότητα που αναφέρεται ρητώς στα συμβόλαια) (α) να καθορίσει τις προδιαγραφές, (β) να εποπτεύσει την πραγματοποίηση της έρευνας αγοράς και (γ) να επιβάλλει τις αποφάσεις της.

Η JIC ελέγχει (α) την παραγωγή, (β) τη διάδοση των στοιχείων και (γ) την εφαρμογή των όρων που προβλέπονται στις συμφωνίες, οι οποίες έχουν συναφθεί με τους πελάτες της AGB Hellas. Ο έλεγχος λαμβάνει χώρα σε συνεχώς. Η AGB Hellas παρέχει σε σταθερή βάση (καθημερινώς, εβδομαδιαίως ή μηνιαίως, αναλόγως του είδους της πληροφορίας) και/ή σε ad hoc βάση οποιαδήποτε πληροφορία χρειάζεται η JIC προκειμένου να πραγματοποιήσει τις έρευνές της. Επίσης, σε περίπτωση που τεθεί οποιοδήποτε ζήτημα σχετικά με τις προδιαγραφές που έχουν τεθεί στη Μέτρηση Τηλεθέασης, η JIC σε συνδυασμό με την AGB Hellas ερευνά εναλλακτικές λύσεις και αποφασίζει για την πλέον κατάλληλη.

Β) Η αγορά λογισμικού

Η ευρύτερη αγορά των προϊόντων και υπηρεσιών πληροφορικής, διακρίνεται στις κάτωθι επιμέρους αγορές:

i) υλικού εξοπλισμού πληροφορικής (hardware), όπως servers, προσωπικοί υπολογιστές, σταθμοί εργασίας και τα περιφερειακά τους, εξοπλισμός επικοινωνίας δεδομένων κλπ,

ii) λογισμικού (software), που περιλαμβάνει λειτουργικά προγράμματα και εργαλεία εφαρμογών και το λογισμικό εφαρμογών,

iii) ειδών μηχανογράφησης και γενικά αναλωσίμων ειδών και

iv) παροχής πληροφοριών πληροφορικής που περιλαμβάνει διαφόρων ειδών υπηρεσίες όπως επίλυση τεχνικών προβλημάτων, συντήρηση, παροχή συμβουλών, εγκατάσταση προγραμμάτων, εκπαίδευση και κατάρτιση ενδιαφερομένων προσώπων κλπ. Παρότι ο υλικός εξοπλισμός πληροφορικής (hardware) και το λογισμικό (software) αποτελούν ξεχωριστές αγορές, εντούτοις είναι προϊόντα συμπληρωματικά στην κατανάλωση και απευθύνονται βασικά στο ίδιο αγοραστικό κοινό.

Πολλές από τις εταιρείες, που δραστηριοποιούνται στην αγορά παραγωγής και εμπορίας λογισμικού για επιχειρήσεις, εξειδικεύονται και σε συγκεκριμένους οικονομικούς τομείς και επιχειρηματικούς κλάδους, όπως για τον χρηματοπιστωτικό τομέα, στον ναυτιλιακό τομέα, στον χώρο των ασφαλειών, του τουρισμού, των οικοδομικών εφαρμογών, των λογιστικών υπηρεσιών, της υγείας κλπ. Στην προκειμένη περίπτωση η σχετική αγορά που αφορά την εν λόγω συγκέντρωση είναι αυτή της παραγωγής λογισμικού (software).

V. Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία οι ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις πωλούν τα σχετικά προϊόντα υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού. Όπως έχει γίνει δεκτό από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε προηγούμενες αποφάσεις (συμπεριλαμβανομένων των υποθέσεων WPP/Young & Rubicam και Interpublic/True North) οι σχετικές γεωγραφικές αγορές για τις υπηρεσίες επικοινωνίας μάρκετινγκ (και της αγοράς μέσων) παραμένουν σε γενικές γραμμές εθνικές, λόγω των γλωσσικών διαφορών, των διαφορετικών συνθηκών των μέσων σε διαφορετικές χώρες, των αποκλίσεων στις τιμές μεταξύ των χωρών και της ανάγκης πληροφόρησης του κοινού, της κυβέρνησης και των άλλων θεσμών και συνεπώς της ανάγκης σχεδίασης μιας εκστρατείας επί εθνικής βάσεως. Στην υπό κρίση υπόθεση ως σχετική γεωγραφική αγορά θεωρείται η ελληνική επικράτεια.

VI. Στην Ελλάδα η AGB Hellas δραστηριοποιείται από το 1988 και μέχρι το 1999 ήταν η μόνη εταιρεία μέτρησης τηλεθέασης στην αγορά. Το 1999 η εταιρεία «TAYLOR NELSON SOFRES METRISIS A.E.E.» εισήλθε στην ελληνική αγορά παρέχοντας ανάλογες υπηρεσίες και απέσπασε σε σύντομο χρονικό διάστημα μερίδιο αγοράς της τάξεως του 22,2%. Παρόλα αυτά η τελευταία αποφάσισε να αναστείλει τη λειτουργία της από το έτος 2003. Σήμερα, η AGB Hellas κατέχει μερίδιο αγοράς 100% στην ελληνική αγορά των υπηρεσιών TAM.

Οι πωλήσεις προς τις διαφημιστικές εταιρείες αντιπροσωπεύουν σημαντικό αλλά όχι το μεγαλύτερο μερίδιο των συνολικών πωλήσεων της AGB Hellas. Οι πωλήσεις που πραγματοποιούνται σε εταιρείες αγοράς Χώρου και Χρόνου στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και σε τηλεοπτικούς σταθμούς αντιπροσωπεύουν περίπου το 40% των εισοδημάτων της AGB Hellas ενώ το υπόλοιπο 60% γίνεται προς τηλεοπτικούς σταθμούς και υπεύθυνους τηλεοπτικών εκπομπών (broadcasters).

Μεταξύ της AGB Hellas S.A. και των Εταιρειών Αγοράς Χώρου και Χρόνου στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (Media Buying Agencies) γίνεται διαπραγμάτευση των τιμών και συμφωνούνται ατομικώς με κάθε πελάτη, λαμβάνοντας υπόψη (α) τον κύκλο εργασιών της εταιρείας και (β) την ιστορική εξέλιξη των αμοιβών, δεδομένου ότι μέχρι το τέλος του έτους 2000 η AGB Hellas λειτουργούσε σε ανταγωνιστικό περιβάλλον καθώς υπήρχε στον αυτό χώρο και δεύτερη εταιρεία παροχής αντίστοιχων υπηρεσιών.

Η γνωστοποιούσα αναφέρει ότι δεν γνωρίζει καμία επιχείρηση που να ενδιαφέρεται να δραστηριοποιηθεί στη σχετική αγορά στην Ελλάδα. Εντούτοις, εάν ένας προμηθευτής TAM που δραστηριοποιείται σε άλλη χώρα επιθυμούσε να εισέλθει στην αγορά, θα μπορούσε θεωρητικά να δραστηριοποιηθεί, με την υποστήριξη Ελλήνων πελατών. Αυτό θα μπορούσε να συμβεί σε περίπτωση που ο υπάρχων προμηθευτής παρέχει υπηρεσία κακής ποιότητας ή δεν καινοτομεί. Υπάρχουν αρκετοί προμηθευτές TAM που δραστηριοποιούνται διεθνώς, περιλαμβανομένων μεταξύ άλλων των TNS, GFK, IBOPE και Video Research, οι οποίοι θα μπορούσαν να εισέλθουν στην ελληνική αγορά.

Μία εκτίμηση του κόστους εισόδου θα ήταν της τάξης των 4 εκατομ. ευρώ, με χρονικό πλαίσιο εισόδου 8 – 12 μήνες. Γενικά, δεν υπάρχουν φραγμοί για την είσοδο στην αγορά, εκτός από το υψηλό κόστος και τη φύση των υπηρεσιών TAM, ήτοι την ανάγκη για ενιαίο κοινό νόμισμα TAM.

Η αγορά βρίσκεται στη φάση της ωριμότητας και φαίνεται να έχει παγιωθεί τόσο ο αριθμός των τηλεοπτικών σταθμών όσο και το ύψος της διαφημιστικής δαπάνης στην τηλεόραση. Ως εκ τούτου δεν προβλέπονται σημαντικές αλλαγές της ζήτησης των υπηρεσιών μέτρησης τηλεθέασης στο προσεχές μέλλον.

Σε ότι αφορά την αγορά παραγωγής λογισμικού δεν υφίστανται εμπόδια εισόδου, το δε μερίδιο αγοράς της εταιρείας ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ Α.Ε. ανέρχεται σε 1% στη σχετική αγορά παραγωγής λογισμικού.

VIII. Κατά το άρθρο 4 παρ. 2 του ν. 703/1977, όπως ισχύει:

Συγκέντρωση πραγματοποιείται:

α) όταν συγχωνεύονται με κάθε τρόπο δύο ή περισσότερες προηγουμένως ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

β) όταν ένα ή περισσότερα πρόσωπα που ελέγχουν ήδη τουλάχιστον μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, αποκτούν άμεσα ή έμμεσα τον έλεγχο του συνόλου ή τμημάτων μιας ή περισσοτέρων άλλων επιχειρήσεων.

Συνεπώς, η εξαγορά του 70% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας AGB HOLDING S.p.A. από την εταιρεία CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V. αποτελεί συγκέντρωση επιχειρήσεων κατά την έννοια της ανωτέρω διάταξης , η οποία εμπίπτει στις σχετικές με τις συγκεντρώσεις ρυθμίσεις του νόμου αυτού.

Σύμφωνα με το άρθρο 4β παρ. 1 του παραπάνω νόμου «κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων πρέπει να γνωστοποιείται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε δέκα (10) εργάσιμες ημέρες από τη σύναψη της συμφωνίας ή τη δημοσίευση της προσφοράς ή ανταλλαγής ή την απόκτηση συμμετοχής που εξασφαλίζει τον έλεγχο της επιχείρησης, όταν

α) με τη συγκέντρωση αποκτάται ή αυξάνεται μερίδιο αγοράς των προϊόντων ή των υπηρεσιών που αφορά η συγκέντρωση, όπως αυτό ορίζεται στο άρθρο 4στ, που αντιπροσωπεύει στην ελληνική αγορά ή σε ένα σημαντικό, σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊό-

ντων ή των υπηρεσιών, τμήμα της, τουλάχιστον τριάντα πέντε τοις εκατό (35%) του συνολικού κύκλου εργασιών που πραγματοποιείται με τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που θεωρούνται ομοειδή από τον καταναλωτή, λόγω των ιδιοτήτων, της τιμής τους και της χρήσης για την οποία προορίζονται ή β) ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στη συγκέντρωση, κατά τα οριζόμενα στο άρθρο 4στ, ανέρχεται, στην εθνική αγορά, τουλάχιστον σε εκατόν πενήντα εκατομμύρια (150.000.000) ευρώ και δύο τουλάχιστον από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιούν, κάθε μία χωριστά, συνολικό κύκλο εργασιών άνω των δέκα πέντε εκατομμυρίων (15.000.000) ευρώ».

Η υπό κρίση συγκέντρωση υπόκειται υποχρεωτικά σε προηγούμενη γνωστοποίηση, σύμφωνα με τις διατάξεις των παραπάνω άρθρων, δεδομένου ότι πληρούται η δεύτερη προϋπόθεση που ορίζει ο νόμος, αφού η AGB HELLAS κατέχει μερίδιο αγοράς 100% στην ελληνική αγορά των υπηρεσιών ΤΑΜ.

Η εν λόγω συγκέντρωση γνωστοποιήθηκε εμπρόθεσμα από την εξαγοράζουσα εταιρεία CAVENDISH στις 23.12.2003.

Σύμφωνα με το άρθρο 4ε του ν. 703/1977, όπως ισχύει, απαγορεύεται η πραγματοποίηση συγκέντρωσης που υπάγεται στη διαδικασία προληπτικού ελέγχου μέχρι την έκδοση της σχετικής απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ενώ σύμφωνα με το άρθρο 4γ παρ.1, με απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού απαγορεύεται κάθε συγκέντρωση επιχειρήσεων, που υπόκειται σε προηγούμενη γνωστοποίηση και η οποία μπορεί να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στην εθνική αγορά ή σε ένα σημαντικό σε συνάρτηση με τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τμήμα της και ιδίως με τη δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης.

Σχετικά με τη δυνατότητα της υπό κρίση συγκέντρωσης να περιορίσει τον ανταγωνισμό παρατηρούνται τα ακόλουθα:

Η AGB Hellas δεν έχει παράσχει ποτέ υπηρεσίες τηλεοπτικής μέτρησης (ΤΑΜ) στην WPP στην Ελλάδα ούτε σε οποιαδήποτε άλλη χώρα. Επιπλέον, η CAVENDISH και η WPP δεν δραστηριοποιούνται μέχρι τώρα καθόλου στην παροχή υπηρεσιών ΤΑΜ.

Οι εταιρείες που ελέγχονται από τον όμιλο WPP δεν είναι σήμερα πελάτες της AGB Hellas. Μόνο εταιρείες στις οποίες ο όμιλος WPP κατέχει ένα μειοψηφικό πακέτο μετοχών και δεν ασκεί έλεγχο, όπως για παράδειγμα η εταιρεία Mindshare S.A., αποτελούν πελάτες της AGB Hellas κατά την παρούσα χρονική στιγμή.

Η AGB Hellas κατέχοντας δεσπόζουσα θέση στην αγορά μέτρησης τηλεθέασης αλλάζει καθεστώς ελέγχου μέσω της υπό εξέταση συγκέντρωσης, γεγονός το οποίο ουσιαστικά δεν αναμένεται να περιορίσει τον ανταγωνισμό περαιτέρω, στη σχετική αγορά της μέτρησης τηλεθέασης. Επιπλέον, από τα πραγματικά περιστατικά εκτιμάται ότι δεν ενισχύεται η προϋπάρχουσα δεσπόζουσα θέση αυτής στη σχετική αγορά της μέτρησης τηλεθέασης.

Σύμφωνα με μία διαφημιστική εταιρεία - πελάτη των σχετικών υπηρεσιών, η συγκεκριμένη συγκέντρωση ενδεχομένως να έχει έμμεσες επιπτώσεις στον ανταγωνισμό της διαφημιστικής αγοράς, ενώ σύμφωνα με μία άλλη, τέτοιο ενδεχόμενο δεν υφίσταται. Παράλληλα, η θέση των πελατών τηλεοπτικών σταθμών και διαφημιστικών εταιρειών είναι ότι η υπό κρίση συγκέντρωση δεν θα επηρεάσει τον ανταγωνισμό της αγοράς μέτρησης τηλεθέασης και κατά συνέπεια των σχετικών αγορών παροχής υπηρεσιών διαφήμισης.

Καταρχήν, η απόκτηση του ελέγχου της AGB Hellas από τον όμιλο WPP, ο οποίος δραστηριοποιείται στην εν γένει αγορά υπηρεσιών επικοινωνιών μάρκετινγκ, ενδέχεται να επηρεάσει την αγορά αυτή, ειδικότερα σε ότι αφορά την τιμολογιακή πολιτική αυτής έναντι των ανταγωνιστικών εταιρειών της εν γένει διαφημιστικής αγοράς, αφού αυτές στερούνται εναλλακτικών λύσεων. Δεδομένου όμως ότι δεν υπάρχουν νομικά εμπόδια εισόδου στη σχετική αγορά μέτρησης τηλεθέασης αλλά και το κόστος εισόδου ανταγωνιστών δεν κρίνεται ιδιαίτερα υψηλό, εκτιμάται ότι υφίσταται δυνητικός ανταγωνισμός ο οποίος μπορεί να ισορροπήσει ενδεχόμενους πρόσκαιρους περιορισμούς του ανταγωνισμού στη σχετική αγορά μέτρησης τηλεθέασης, περιορισμούς άλλωστε ελεγχόμενους και υπό το πρίσμα του άρθρου 2 του ν. 703/1977, όπως ισχύει. Τέλος, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η σχετική αγορά μέτρησης τηλεθέασης έχει υιοθετήσει θεσμό αυτορρύθμισης ο οποίος κρίνεται αξιόπιστος και μπορεί να αποτρέπει πρακτικές που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό.

Σε ότι αφορά τους δευτερεύοντες περιορισμούς του ανταγωνισμού όπως αυτοί αναφέρονται στην παράγραφο 6.10 του Συμφωνητικού αγοράς μετοχών της 9.12.2003 προβλέπονται τα εξής:

(α) Υπόσχεση μη ανταγωνισμού ή προσέλκυσης πελατών μετά το κλείσιμο σε αντάλλαγμα της πώλησης των μετοχών της AGB και της λήψης της τιμής αγοράς.

«...Ο κάθε ένας από τους Δρα Colussi και Stalli με το παρόν ανέκκλητα συμφωνούν κατά την περίοδο που άρχεται η Ημερομηνία Κλεισίματος (η Αρχική Περίοδος) και λήγει κατά την πέμπτη επέτειο της Ημερομηνίας Κλεισίματος, άμεσα ή έμμεσα, οπουδήποτε σε (x) οποιεσδήποτε από τις χώρες που από καιρού εις καιρόν αποτελούν τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή (y) σε οποιαδήποτε άλλη χώρα στην οποία ο αγοραστής ή οποιαδήποτε από τις συνδεδεμένες του εταιρείες (ή η AGB Holding και οι θυγατρικές της AGB) απασχολήθηκαν με την επιχείρηση μέτρησης τηλεοπτικού κοινού ή με σχετικές δραστηριότητες πριν από την Αρχική Περίοδο ή (z) σε οποιαδήποτε άλλη χώρα στην οποία ένα παρόμοιο Πρόσωπο απασχολήθηκε με την επιχείρηση μέτρησης τηλεοπτικού κοινού ή με σχετικές δραστηριότητες κατά τη διάρκεια οποιουδήποτε τμήματος της Αρχικής Περιόδου κατά τη διάρκεια της οποίας ο Δρ Colussi ή ο Stalli απασχολείται από τον αγοραστή ή από μια συνδεδεμένη με αυτόν εταιρεία:

(i) για λογαριασμό του ή για οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο (εκτός από τον αγοραστή ή μια συνδεδεμένη εταιρεία του), να μην ασχοληθεί ή να συμμετέχει ή να εμπλακεί ή να συνδεθεί με την επιχείρηση μέτρησης τηλεοπτικού κοινού ή με σχετικές δραστηριότητες (συμπεριλαμβανομένων, δίχως περιορισμό, με την κατοχή, λειτουργία, διεύθυνση ή έλεγχο οποιουδήποτε προσώπου [εκτός από τον αγοραστή ή μια συνδεδεμένη εταιρεία του]), με την προσφορά υπηρεσιών ως ένας αξιωματούχος διευθυντής, εταίρος, μέλος, μάνατζερ, υπάλληλος, αντιπρόσωπος, σύμβουλος ή επιχειρηματίας, ή με μια παρόμοια ιδιότητα, σε οποιοδήποτε πρόσωπο (εκτός από τον αγοραστή ή συνδεδεμένη εταιρεία

του) ή να έχει οποιοδήποτε οικονομικό συμφέρον σε οποιοδήποτε πρόσωπο (εκτός από τον αγοραστή ή μια συνδεδεμένη εταιρεία του), υπό την προϋπόθεση ότι η παρούσα παράγραφος 6.10(α)(Ι) δεν θα απαγορεύει στο Δρα Colussi ή τον Stalli, όπως θα έχει εφαρμογή, από το να κατέχουν όχι περισσότερο του πέντε τοις εκατό (5%) οποιασδήποτε κατηγορίας δημόσια διαπραγματευόμενων χρεογράφων,

(ii) να μην πείσει με οποιοδήποτε τρόπο ή προσπαθήσει να πείσει οποιονδήποτε προμηθευτή, πελάτη ή άλλον έχοντα επιχειρηματική σχέση με τον αγοραστή ή με οποιαδήποτε άλλη από τις συνδεδεμένες εταιρείες του (ή την AGB Holding και τις θυγατρικές της AGB) να τερματίσει, διακόψει, αναστείλει ή να μειώσει τις σχέσεις ενός παρομοίου προσώπου με τον αγοραστή (ή με μια παρόμοια συνδεδεμένη εταιρεία του αγοραστή ή την AGB Holding και τις θυγατρικές της AGB) (ή, άμεσα ή έμμεσα, να βοηθήσει οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο να πράξει το ίδιο), ή

(iii) να μην προσλάβει, προτείνει την πρόσληψη, δελεάσει, προσελκύσει ή να διατηρήσει (ή άμεσα ή έμμεσα να βοηθήσει οποιοδήποτε άλλο πρόσωπο να πράξει το ίδιο αναφορικά με τα παραπάνω) οποιονδήποτε τέως, τωρινό ή μελλοντικό αξιωματούχο, υπάλληλο, διευθυντή, διευθύνοντα σύμβουλο, σύμβουλο, εφευρέτη ή αντιπρόσωπο του αγοραστή ή οποιασδήποτε συνδεδεμένης με αυτό εταιρείας (ή την AGB Holding και τις θυγατρικές της AGB) ή με οποιοδήποτε τρόπο να μην πείσει ή προσπαθήσει να πείσει οποιοδήποτε παρόμοιο πρόσωπο να τερματίσει, διακόψει, αναστείλει ή να μειώσει τις σχέσεις ενός παρομοίου προσώπου με τον αγοραστή (ή με οποιαδήποτε παρόμοια συνδεδεμένη με τον αγοραστή οντότητα ή την AGB Holding και τις θυγατρικές της AGB)».

Οι δραστηριότητες ή ενέργειες που αναφέρονται στους παραπάνω όρους από (i) έως (iii) (συμπεριλαμβανομένου) αναφέρονται ως «Απαγορευμένες Δραστηριότητες»..

(β) Υποχρέωση μη ανταγωνισμού ή προσέλκυσης πελατών μετά τον τερματισμό της σχέσης απασχόλησης.

«Ο κάθε ένας από τους Δρα Colussi και Stalli με το παρόν ανέκκλητα συμφωνεί, υπό την προϋπόθεση της πληρωμής από τον αγοραστή της Αμοιβής Μη-Συναγωνισμού όπως σχεδιάζεται παρακάτω, για τη Συμπληρωματική Περίοδο, να μην, άμεσα ή έμμεσα, απασχοληθούν στις απαγορευμένες δραστηριότητες οπουδήποτε σε (x) οποιαδήποτε από τις χώρες που αποτελούν από καιρού εις καιρόν τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης ή (y) οποιαδήποτε άλλη χώρα στην οποία ο αγοραστής ή οποιαδήποτε Συνδεδεμένη με αυτόν οντότητα (ή η AGB Holding και οι Θυγατρικές της AGB) έχουν απασχοληθεί στην επιχείρηση της μέτρησης τηλεοπτικού κοινού ή με σχετικές δραστηριότητες κατά ή πριν από την Ημερομηνία Τερματισμού. Όπως χρησιμοποιείται στο παρόν, ο όρος 'Συμπληρωματική Περίοδος' σημαίνει, αναφορικά με τον Δρα Colussi ή τον Stalli, όπως έχει εφαρμογή, μια περίοδος είκοσι τεσσάρων (24) μηνών που ακολουθεί άμεσα την ημερομηνία (την «Ημερομηνία Τερματισμού» του) κατά την οποία παύει να ενεργεί ως ένας σύμβουλός του, απασχολούμενος από, ή εργαζόμενος για τον αγοραστή ή μια συνδεδεμένη με τον αγοραστή οντότητα ή την AGB Holding ή οποιαδήποτε από τις θυγατρικές της AGB.

Στην ανακοίνωση 2001/C 188/2003 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τους περιορισμούς που συνδέονται άμεσα και είναι αναγκαίοι για τις συγκεντρώσεις στο κεφ.ΙΙΙ (αρχές που εφαρμόζονται στις συνήθεις ρήτρες σε περίπτωση εξαγοράς επιχείρησης) αναφέρεται ότι οι υποχρεώσεις μη άσκησης ανταγωνισμού που επιβάλλονται στον πωλητή κατά τη μεταβίβαση μιας επιχείρησης ή τμήματός της, μπορούν να είναι αναγκαίες για την πραγματοποίηση της συγκέντρωσης και να συνδέονται άμεσα με αυτήν. Για να μπορέσει να επωφεληθεί πλήρως από την αξία των μεταβιβαζόμενων περιουσιακών στοιχείων, ο αγοραστής πρέπει να απολαύει προστασίας από τον ανταγωνισμό του πωλητή, η οποία θα του επιτρέπει να εξασφαλίσει την αφοσίωση της πελατείας και να αφομοιώσει και να αξιοποιήσει την αποκτώμενη τεχνογνωσία.

Ωστόσο, αυτές οι ρήτρες μη ανταγωνισμού δεν δικαιολογούνται από το νόμιμο στόχο της πραγματοποίησης της συγκέντρωσης παρά μόνο εφόσον η διάρκεια, το γεωγραφικό πεδίο εφαρμογής, το αντικείμενό τους και τα πρόσωπα που συνδέονται με αυτές δεν υπερβαίνουν εκείνα που εύλογα μπορούν να θεωρηθούν αναγκαία για την επίτευξη του στόχου αυτού.

Κατά την Επιτροπή, οι ανωτέρω όροι κρίνονται άμεσα συνδεόμενοι με το αντικείμενο της συγκέντρωσης και αναγκαίοι για την υλοποίησή της, η διάρκεια όμως των απαγορευμένων δραστηριοτήτων (παρ.6.10 (α) του συμφωνητικού αγοράς) θεωρείται μη εύλογη και θα πρέπει να περιοριστεί στα τρία (3) χρόνια.

Λαμβανομένων υπόψη όλων των ανωτέρω, εκτιμάται ότι η από 23.12.2003 γνωστοποιηθείσα συγκέντρωση των εταιρειών «CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V» και «AGB HOLDING S.p.A.» δεν αναμένεται να περιορίσει σημαντικά τον ανταγωνισμό στη σχετική αγορά που αφορά υπό την προϋπόθεση περιορισμού της χρονικής διάρκειας των απαγορευμένων δραστηριοτήτων στα τρία (3) χρόνια (παρ.6.10 (α) του συμφωνητικού αγοράς), για τους λόγους αυτούς:.

Αποφαίνεται, ότι δεν συντρέχει νόμιμος λόγος απαγόρευσης της από 23.12.2003 γνωστοποιηθείσας συγκέντρωσης, η οποία αφορά την απόκτηση ποσοστού 70% του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας AGB HOLDING S.p.A. από την εταιρεία CAVENDISH SQUARE HOLDING B.V., βάσει της από 9.12.2003 Σύμβασης Αγοράς Μετοχών.

Η απόφαση εκδόθηκε την 24η Ιουνίου 2004.

Η απόφαση να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Ο Πρόεδρος
ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΖΗΣΙΜΟΠΟΥΛΟΣ

ΑΠΟ ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ